

## TWITTER – NARZĘDZIE ŚWIATOWEJ POLITYKI

Łukasz Walewski: *Wł@dza w sieci. Jak nami rządzą social media*.  
Wyd. MANDO, Kraków 2020, s. 252.

Pojawienie się mediów społecznościowych było wielkim krokiem w postępie cywilizacyjnym. Od tej pory każdy, kto ma dostęp do internetu, może zabierać głos w dowolnej sprawie, uczestniczyć w dyskusjach, prowadzić swojego bloga, publikować zdjęcia z wakacji czy fotografie tego, co się zjadło na obiad.

Dynamika nowych nowych mediów z jednej strony związana jest z postępem technologicznym, z drugiej zaś pozostaje zależna od wpływów konsumentów treści – zwykłych użytkowników sieci, którzy swoimi kciukami decydują, co jest w tej chwili popularne, a co popularne nie jest. Warto tu wspomnieć przykład polskiego portalu *nasza-klasa.pl*, której impas spowodowało upowszechnianie się światowego hegemonia mediów społecznościowych – Facebooka.

Współcześnie do najważniejszych mediów społecznościowych zaliczamy: Facebook, Instagram, YouTube i Twitter. Pozycja tego ostatniego nowego medium jest w głównej mierze wyznaczana przez świat polityki, a „zwykłymi” użytkownikami Twittera są premierzy, ministrowie, dyplomaci, dziennikarze, publicyści. Lidia Rudzińska zwracała już kilka lat temu uwagę, że „w Polsce ten portal utożsamiany jest z narzędziem zawodowym i traktowany jako rodzaj branżowego komunikatora”<sup>1</sup>.

Jedną z najnowszych pozycji dotyczących Twittera jest książka Łukasza Walewskiego „*Wł@dza w sieci. Jak nami rządzą social media*” wydana w Krakowie na początku 2020 roku przez wydawnictwo MANDO. Publikacja ta nie jest pozycją naukową, ale zalicza się do literatury faktu.

Warto wspomnieć, że na koncie autora znajduje się kilka pozycji dotyczących dyplomacji czy *savoir-vivre’u*, m.in.: „Przywitaj się z królową. Gafy, wpadki, faux pas i inne historie” (2015), „Ambasadorowie. Czego nie powie ci królowa” (2016) oraz „Polski most szpiegów” (2018). Walewski był przez wiele lat związany z radiową Trójką, Radiem ZET i TVN24.

Narracja prowadzona na stronach „*Wł@dzy w sieci*” skupia się wokół sposobu funkcjonowania współczesnej światowej dyplomacji. Popularyzacja Twittera sprawiła,

1 Królowie polskiego Twittera: politycy i dziennikarze [https://www.swps.pl/katowice/269-c-p-import/informacje-prasowe/badania/11931-krolowie-polskiego-twittera-politycy-i-dziennikarze; 8.04.2020].

że dyplomaci poprzez jeden nieprzemyślany tweet mogą wywołać zamieszanie na arenie międzynarodowej czy nawet pogorszyć stosunki dyplomatyczne z innymi krajami. Wobec tak silnej pozycji tego medium społecznościowego, ochoczo wykorzystywanego przez polityków, dyplomatów, rządzących, wprowadzono pojęcie *twiplomacy* (połączenie dwóch słów: „Twitter” oraz „diplomacy”), które Walewski definiuje jako „rodzaj dyplomacji w social media” (s. 16).

Jedną z cech twiplomacy jest, według Walewskiego, zasada: obraz mówi więcej niż tysiąc słów. W internetowej dyplomacji, zwanej niekiedy e-dyplomacją lub dyplomacją 2.0, ważna jest również (jak we wszystkich mediach społecznościowych) kreatywność, dynamiczna reakcja i interakcja z innymi użytkownikami. Jako przykład autor wskazał fikcyjne wydarzenie z 2016 roku, które zrobiło ogromną furorę w internecie – #SylwesterZAndrzejemDuda. Ponad ćwierć miliona osób zadeklarowało chęć spędzenia nocy sylwestrowej z prezydentem Polski. Popularność tego wydarzenia zauważył sam Andrzej Duda, który kilka chwil po północy 1 stycznia 2017 roku opublikował na Twitterze życzenia z hasztagiem #SylwesterZAndrzejemDuda.

„Wł@da w sieci” przedstawia także kilka ważnych momentów z historii dyplomacji, które rozgrywały się za pomocą Twittera. Autor przywołuje m.in. tweety z wydarzeń w Ukrainie w 2013 i 2014 roku, ze szczególnym uwzględnieniem roli ówczesnego polskiego ministra spraw zagranicznych. Z książki dowiadujemy się, że Radosław Sikorski jako jeden z pierwszych dyplomatów upowszechnił to medium społecznościowe w Polsce i nadał mu polityczny charakter.

Autor przywołał wypowiedź Sikorskiego, który podkreślał, jak ważną rolę w dyplomacji pełni Twitter. Według ówczesnego ministra, „polska dyplomacja to dzisiaj również 150 twitterowych kont naszych przedstawicielstw i instytucji, jak również konta dyplomatów i konsultantów” (s. 16).

Zasadniczą częścią tej książki jest charakterystyka twitterowej działalności Donalda Trumpa, którego autor nazywa „największym influencerem w światowej dyplomacji” (s. 105). Walewski przekonuje, że prezydent Stanów Zjednoczonych za pomocą jednego tweeta jest w stanie zmienić notowania giełdowe i spowodować wahania walutowe. Rozdział poświęcony amerykańskiemu przywódcy autor zamknął wypowiedzią Jeana-Christophe’a Galliena, który stwierdził, że „dzięki tweetom Trump w dwa, trzy dni załatwia sprawy, które całe lata zabierały dyplomacji tradycyjnej” (s. 146).

Kolejnymi postaciami omówionymi przez Walewskiego są m.in. papież Franciszek, rodziny królewskie, Emmanuel Macron, Donald Tusk, Dmitrij Miedwiediew czy Recep Tayyip Erdoğan, którego autor zalicza do grona „najbardziej znienawidzonych przez społeczność internetową światowych przywódców” (s. 177).

Ostatni rozdział zatytułowany „Świat poza Twitterem” przedstawia działalność światowych przywódców, prominentnych polityków, dyplomatów na Facebooku, Instagramie oraz YouTube.

W zakończeniu Walewski peroruje na temat przyszłości światowej dyplomacji w epoce sztucznej inteligencji, zadając retoryczne pytanie: „Czy dyplomację będą uprawiać roboty?” (s. 249). Z drugiej zaś strony używanie przez polityków Twittera i nowych mediów, zdaniem autora, sprzyja demokratyzacji polityki i idei egalitaryzmu.

Wnikliwe i rzetelne opracowanie Łukasza Walewskiego oraz atrakcyjne przedstawienie materiału m.in. w formach graficznych, stanowi ważne uzupełnienie informacji na temat Twittera i jego „dyplomatycznego” wymiaru. Książkę czyta się z dużym zainteresowaniem, gdyż jej autor wykazał się niezwykłym znawstwem tematu. Poprzez interdyscyplinarny charakter pracy czytelnik balansuje między medioznawstwem a politologią. Niewątpliwie „Wł@dza w sieci” jest obowiązkową lekturą dla wszystkich, którzy interesują się nie tylko dyplomacją i polityką, ale także nowymi mediami.

*Michał Jas*

 [orcid.org/0000-0003-4258-9127](https://orcid.org/0000-0003-4258-9127)

